



# 이제는 착각 속에서 벗어날 때

유경민/보건신문사 기자

**연** 제부턴가 우리 주위에는 엄마 젖을 먹는 아기보다 플라스틱 간혹은 유리로 된 우유병을 물고 있는 아기의 모습이 훨씬 더 많이 눈에 띄고 있다.

이런 모습을 보면 요즘 엄마들 사이에서는 분유가 엄마 젖을 대신 할 수 있는 대체품으로 당연시되고 있는 듯하다. 별반 고민없이 엄마 젖 대신 분유를 선택하고 있는데 고민이 있다면 '내 아기에게 엄마 젖을 먹을 것이냐, 분유를 먹을 것이냐'가 아니고 '해마다 더 좋아졌다는 분유 신제품이 나오는데 그 중 어떤 분유를 먹일 것이냐'에 있다.

비단 요즘 엄마들 뿐만이 아니다. 아빠들도, 할머니, 할아버지들도 분유에 대해서 관대하기는 마찬가지다.

"남들 다 편하게 분유 먹이는데 굳이 안 나오는 젖을 쥐어 짤 필요가 있겠느냐. 요즘은 분유도 좋다는데 분유먹여 키워라"는 식이다.

신세대 엄마들뿐만이 아니라 자식들을 넷이고 다섯이고 심지어 여덟까지 다 모유를 먹여 키우신 우리네 부모님들까지 분유에 대해 이렇게까지 관대해진 이유가 뭘까?

한번쯤 생각해 볼 문제다.

가장 큰 이유는 분유광고에 있다.

하루에도 몇번씩 눈으로 보고 귀로 듣게 되는 분유광고. 분유회사들은 저마다 분유역사에 신혁명을 일으켰다며 신제품을 쏟아내고 급기야 과열 경쟁으로까지 치달고 있는 동안 우리는 그 광고에서 서서히 세뇌되어 왔다.

"정말, 분유가 좋은가봐. 모유에서는 다이옥신도 검출됐다는데 차라리 분유가 안전할지도 몰라.", "분유는 아기의 성장발달단계에 맞게 과학

적으로 제조됐으니까 시키는대로 24개월까지 먹여야지. 머리에 좋다잖아..."

바로 우리가 세뇌되어진 부분들이다.

이제는 착각속에서 제발 벗어나자.

세계의 거의 모든 국가가 일반인들 대상으로 모유대체식품의 광고를 하지않기로 결의하고 이를 실행하고 있으나 우리 나라는 이를 어기고 있다. 현행 식품위생법에는 조제분유에 대해서만 광고를 금지하고 있어 조제분유 업체들은 조제분유와 동일한 명칭의 이유식을 광고함으로써 조제분유를 직·간접적으로 선전하는 편법광고를 해왔던 것이다.

다행히 내년부터는 조제분유와 같거나 유사한 제품명을 사용한 이유식 광고가 금지된다니 듣던 중 반가운 소식이 아닐 수 없다.

유럽의 모유수유율이 거의 90%에 육박하고 있는 것에 비해 우리 나라의 모유 수유율이 10%에 미치고 있다. 이러한 사실과 유독 우리 나라에서만 모유대체식품 광고가 판치는 것이 무관하다고 볼 수는 없는 것이다.

"○○엄마, 엄마 젖을 먹이면 면역력이 높아져 각종 감염에 덜 걸리고 특히 알레르기에 안 걸린대요.", "더구나 아이큐도 10점 정도 더 높아진다니 아기를 위해서는 꼭 엄마 젖을 먹여야겠어요.", "직장에 다니는 엄마들이요? 이젠 걱정하지 마세요. 회사마다 수유방이 마련돼 젖을 짜 냉동고에 보관할 수 있게 됐거든요. 복지부에서 모유수유를 딱딱 밀어주고 있다니까요."

앞으로는 편법 분유광고 대신 이런 광고를 보았으면 좋겠다. **PIPK**